

[SYLVIA DEMETRESCO]

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, com pós-doutorado em Semiótica no Instituto Universitário da França, em Paris. Docente da École Supérieure de Visual Merchandising, na Suíça. Editora da revista internacional de visual merchandising *Inspiration*; autora de *Vitrinas entre-vista: merchandising visual* (Senac São Paulo, 2004), *Vitrinas em diálogos urbanos* (Anhembi Morumbi, 2005) e *Paris confidencial* (Estação das Letras e Cores/Memória Visual, 2009).

Site: www.vitrina.com.br

E-mail: sylvia@vitrina.com.br

Alice em vitrinas

Alice no País das Maravilhas, obra de Lewis Carroll que inspirou o filme¹ lançado em 2010, virou temática de vitrinas, roupas, móveis e objetos variados em todo o mundo. Na Le Printemps, em Paris, eis que surge, pela primeira vez em muito tempo, uma mudança radical no cenário (interior e exterior) da loja de departamentos – um trabalho criativo, inovador e... perfeito!²

[42]

Tim Burton, o diretor do filme, passou por lá. Pois cada cenografia das vitrinas da Le Printemps tornou-se um capítulo da obra... que bom que os designers mergulharam na história de Alice e exploraram seu universo de modo tão inventivo. Como os estilistas convidados a participar da montagem das vitrinas têm seu corner no segundo andar do grande magazine (pavimento dedicado aos designers), cada um deles criou um traje especial para sua vitrina.

A primeira foi de Charles Anastase e é justamente a que continha o vidro gigante escrito "BEBA-me", o primeiro episódio da história, quando Alice encontra o vidrinho de poção e o toma para ficar pequena e passar por onde passou o coelho.

A vitrina da marca Chloé tinha a xícara gigante acompanhada de grãos de café com a inscrição "COMA-me". A seguinte era a da Maison Martin Margiela que continha o relógio de bolso do Senhor Coelho, desta vez agigantado, ladeado por dois manequins, um feminino e um masculino, este cheio de cartas de baralho coladas sobre o busto.

Bernhard Willhelm trouxe para sua vitrina o bule de chá gigante, exposto repetidamente dentro da loja, componente dos mais importantes da mesa que reúne Alice e vários personagens do país encantado.

Na vitrina de Alexander McQueen – desenhada meses antes de sua morte e que ele não chegou a ver concluída –, um cogumelo enorme, que era, na história, o pedacinho que Alice comeu para mudar de tamanho. Manish Arora, por sua vez, concebeu um castelo com cartas gigantes, a única vitrina que nos remetia realmente ao jogo de baralho... cartas de todos os tamanhos envolviam a cenografia e o único manequim.

A vitrina do designer Christopher Kane tinha uma pilha de livros instigando à história dos contos e às possíveis novas histórias que poderiam surgir. Nela o detalhe fantástico era o sapato de Nicholas Kirkwood, com uma chave enorme, enfeites miniaturas tais como pires e xícaras. O importante jogo de xadrez surgiu na cenografia de Ann Demeulemeester em cuja cenografia um casal de manequins brincava com o preto e branco, que era o fundo e também o piso, formando um xadrez.

No total eram 17 vitrinas com referências à obra e ao filme *Alice no País das Maravilhas*, que contaram, ainda, com a parceria da Disney, promovendo designers famosos, alguns alternativos e até as multimarcas da própria Le Printemps. Vale lembrar que todos os elementos cenográficos, como bules, xícaras e livros, eram gigantes e brancos brilhantes. As máscaras de coelho que cobriam o rosto de todos os manequins

também eram brancas brilhantes. As perucas loiras de Alice estavam presentes em todas as vitrinas, e algumas das roupas expostas foram vendidas, enquanto outras foram feitas exclusivamente para as cenografias, com uma coerência total entre exterior e interior da loja.

Para complementar o evento promovido nas vitrinas da Le Printemps, a tradicional doceira Ladurée abriu um (efêmero) café, no subsolo do magazine, também inspirado em *Alice*: o chão de grama que se transformava em quadrados pretos e brancos oblíquos como um tabuleiro gigante de xadrez; a grama crescendo pelas paredes; o bule voando pelas escadas rolantes; mil cubinhos nas paredes que contavam pedacinhos da história, e tudo isso servido com chá e *macarons* coloridos... deliciosos... exclusivamente criados pela Ladurée para esse evento.

De todos os andares da loja era possível ver o café no subsolo, pois a cenografia seguia verticalmente pelos quatro andares, dando a ideia do tombo que Alice levou ao cair pelo buraco da toca do coelho que a levou nas profundezas da terra dos sonhos... simplesmente genial! Além das roupas, o filme também inspirou interiores e diversos móveis e objetos de decoração que remetiam ao mundo de *Alice no País das Maravilhas*, criados por renomados designers e lançados na feira Salon Maison & Objet, com linhas tortuosas e flexíveis, assimétricas e multicoloridas.

Além disso, o designer francês Pierre Clarence criou, a partir do tema do chapeleiro, uma coleção onírica e teatral para camisas e acessórios masculinos, simplesmente divertidos e lindos!

Ah... a semelhança da loja parisiense com o universo de Alice foi tão grande, que é bem possível que ela escolhesse a Le Printemps para viver. O que não faz um clássico da literatura mundial?!

Fotos: Sylvia Demetresco



NOTAS

[1] O filme *Alice in Wonderland*, em português *Alice no País das Maravilhas*, estreou nos Estados Unidos em março de 2010 e no Brasil no mês seguinte e, segundo os estúdios Walt Disney, superou a marca de US\$ 1 bilhão, a quinta maior bilheteria da história do cinema.

[2] A loja Le Printemps é conhecida por suas vitrinas criativas e requintadas. *Alice no País das Maravilhas* foi tema das vitrinas de janeiro a 13 de março de 2010. Para saber mais e maravilhar-se com o trabalho realizado, acesse: <www.printemps.com/magasins/vitrines>.